

《移动互联网下的流量经营管理与提升》

【培训目标】

讲解当前时代的流量经营发展大趋势，分析流量经营的发展热点，了解流量经营与终端营销、电话营销策略；进行流量经营下的客户需求精准挖掘和精细化运营管理；分析流量经营与未来通信行业发展的关系和趋势。

【培训对象】

管理人员、部门后台客服支撑人员

【培训方式】

集中面授、案例分析、互动讨论、场景演练

【培训时长】

2天

【培训大纲】

一、流量经营是大势所趋

1. 运营商话音与数据业务比重变化分析
2. 数据流量增长是势不可挡
 - ✚ 互联网数据流量发展情况
 - ✚ 移动互联网数据流量的发展
 - ✚ 流量增长的内部结构变动
 - ✚ 流量增长的主要业务来源
3. 互联网应用的变化趋势及案例
 - ✚ 从文字到图片、视频
 - ✚ 从单向到双向互动
 - ✚ 从二维到三维
 - ✚ 从标清到高清
 - ✚ P2P业务的应用
 - ✚ 案例分析：结合百度、人人网、电驴、优酷、激动网、搜狐视频等
4. 智能终端是流量增长的推动力
 - ✚ 智能手机的发展历史
 - ✚ 智能手机的基本功能和特征
 - ✚ 平板电脑、电子书、上网本的变迁
 - ✚ 操作系统平台的竞争格局与特点
 - ✚ 案例分析：iOS、安卓、WIN7、黑莓及OPHONE的发展分析
 - ✚ 苹果、诺基亚、三星、HTC、华为、中兴、酷派手机分析
5. 移动互联网对数据流量的大促进
 - ✚ 互联网业务的流量增长
 - ✚ 物联网业务的流量增长
 - ✚ 云计算对流量的需求
 - ✚ LBS位置服务的作用
 - ✚ 移动购物和手机支付的兴起
 - ✚ 案例分析：手机淘宝、掌上百度、开开、华为网盘等分析
6. 数据流量对通信网络的冲击

7. 智能管道解决比特经济学困局

- ✚ 案例讨论：阿里巴巴、腾讯等互联网公司的流量经营方法与技巧

8. 互动讨论：互联网公司的流量经营模式是什么样的？

二、流量经营的发展热点解析

1. 大包

- ✚ 单位流量价格幅度降低，大流量包给客户id提供顺畅的使用体验

2. 快速

- ✚ 快速上网速度催生更多移动互联网应用

3. 共享

- ✚ 运营商融合竞争新思路

4. 定向

- ✚ 实现智能管道的理想，细分化的流量精确计算

5. 分析

- ✚ 大数据分析，获得新业务创新能力

6. 智能

- ✚ 智能管理用户流量

7. 融合

- ✚ 移动互联网与 PC 互联网完全融合，不分彼此

8. 考核

- ✚ KPI 指标将发生巨大变化

三、流量经营与终端营销、电话营销策略分析

1. 如何正确对待流量增长

- ✚ 分流、限流还是引流
- ✚ 网络建设的不同选择

2. 不同的流量运营思维

- ✚ 降低成本
- ✚ 提高单位价值
- ✚ 增加用户数量
- ✚ 增加客户使用量
- ✚ 促进流量的转化

3. 如何才能做大流量收入（结合最新流行业务进行介绍）

- ✚ 哪些内容会带来流量增长
- ✚ 哪些内容更具经营价值
- ✚ 哪些用户更有更大贡献
- ✚ 哪些商业模式可供选择
- ✚ 案例分析：让掌上小游戏焕发流量青春

4. 流量经营需要弄清楚的几个关键问题

- ✚ 资费设计如何合理
- ✚ 内容是自创还是引入

- ✚ 卖终端还是卖业务
 - ✚ 卖产品还是卖服务
 - ✚ 流量是自营还是他营
 - ✚ 流量保有和流量流失
5. 流量经营的基本策略
- ✚ 发展小流量大价值的业务
 - ✚ 终端植入和应用吸引
 - ✚ 做好流量服务，实施流量提醒
 - ✚ 帮助客户更好的使用
 - ✚ 加强网络优化提高客户体验
 - ✚ 案例分析：免费的小游戏、听西瓜、魔笛、秒杀、墨迹天气
6. 如何巧用终端进行流量营销
- ✚ 个性化营销策略
 - ✚ 捆绑营销策略
 - ✚ 融合营销策略
 - ✚ 买终端增流量策略
 - ✚ 定期短信推广策略
 - ✚ 应用吸引策略
7. 如何运用电话营销进行流量推广
- ✚ 电话营销的基本概念
 - ✚ 电话营销的重要性和益处
 - ✚ 优惠套餐搭配
 - ✚ 推荐适合客户的套餐
 - ✚ 工具提炼 1——五种一句话流量营销话术
 - ✚ 工具应用 2——流量需求挖掘的灵活读本
 - ✚ 工具整合 3——流量价值说服的高效招术

四、流量经营下的客户需求精准挖掘

1. 目标用户特点及场景穿行
- 知彼知己——目标客户的分类
 - 企业高管的流量使用场景延展及话术设计
 - 白领阶层的流量使用场景延展及话术设计
 - 学生群体的流量使用场景延展及话术设计
 - 大众群体的流量使用场景延展及话术设计
 - 退休老人的流量使用场景延展及话术设计
 - 六大群体的一句话销售口径现场演练
 - 场景演练：目标客户匹配应用的话术
2. 判断及接近顾客
- 如何判断顾客的购买模式及应对策略
 - 如何区分顾客消费能力及应对策略
 - 如何判断顾客的消费价值观的应对策略

- ✓ 场景穿行演练：顾客与产品哪个重要？
- 根据顾客的九型人格的营销策略
- 接近顾客的黄金时机
- 撒网式顾客接近法
 - ✓ 场景及话术穿行：四步撒网营销法
- 钓鱼式顾客接近法
 - ✓ 案例：七步骤精准营销法
- 3. 挖掘顾客需求——“问”
 - 唤醒需求
 - 唤醒需求的要素
 - 探询需求的必胜法则
 - 精准挖掘需求“四句式”
 - 三步骤客户信息全掌握
 - 如何用开放式问题切入
 - 如何用封闭式问题让客户投入
- 4. 精准确定顾客需求——“听”
 - 聆听的重要性
 - ✓ 场景穿行演练：“听”出顾客潜在需求
 - 聆听的智慧——“让顾客爱上你”
 - ✓ 场景穿行演练：聆听式营销法则
- 5. 基于大数据运用的客户需求挖掘方法

五、流量精细化运营管理

1. 精细化运营的必要性
 - 应对市场竞争的需求
 - 渠道营销支撑的需求
 - 推动业务加快发展的需求
2. 精细化运营的目标
 - 准确评估业务发展状况，渠道发展有效性和用户使用特点，及时调整优化业务及渠道发展策略
 - 提高个性化服务能力
 - 更准确的定位目标客户，提高推广效率
3. 精细化运营策略分析
 - 用户画像
 - 互动营销
 - 流量经营整体策略
 - 不同的流量资费策略
 - 终端捆绑的流量经营策略
 - 移动互联网业务推广及合作策略
 - 用户心理价值提升策略
4. 影响流量价值的因素分析
5. 各流量经营策略比较及影响分析
 - 📌 案例分析：Wi-Fi 与移动网络结合应对大流量负荷
6. 数据流量差异化运营举措

- 🚩 清除障碍促普及——用起来
- 🚩 差异引导提收入——用习惯
- 🚩 关怀提醒保服务——放心用

六、流量经营与未来通信行业发展的关系和趋势

1. 互联网思维推动流量经营发展
2. 流量经营推动通信行业转型
3. “流量为王”的发展战略
4. “得流量者得天下”的发展格局演进
5. 大胆预测：未来通信行业的计费方式主要以流量为主
6. 流量经营发展趋势分析
 - 🚩 流量总量继续扩大，依然保持高速增长态势
 - 🚩 流量单价持续下降，流量贬值效应进一步放大
 - 🚩 流量前向运营空间收窄，个人客户市场的流量价值贡献有限
 - 🚩 流量后向市场爆发，家庭与政企市场贡献比例将大幅增加
 - 🚩 流量前后向市场打通成为可能，流量迈向商业模式竞争阶段

七、讲师介绍

讲授老师介绍：

李勇

- 山东大学研究生 计算机专业
- **10多年互联网电商平台运营实战经验**
- **10多年企业管理与培训经验**
- 上海鲸工网 COO
- 易车配网络产品 VP
- 互联网产品及运营专家
- 互联网营销与策划专家
- 国际职业培训师行业协会认证高级讲师



曾供职于：华为高级督导，百度产品经理，易车配（车后）VP，鲸工网 COO

培训过的企业：

- 浙江移动、北京移动、上海移动、广东移动、湖南移动、山西移动、上海电信、贵州电信、武汉电信、辽宁电信、北京电信、上海联通、深圳联通、湖南联通、福建联通、海南联通、黑龙江移动、四川邮政局、广东邮政局、广西邮政局、云南邮政局、吉林邮政局、陕西邮政局、新疆邮政局

- 四川农信社、广东农信社、重庆农信社、山东农信社、湖南农信社、湖北农
行、湖南农行、内蒙农行、上海建行、上海招商银行、广西中兴银行
- 中国人寿、人保产险、泰康人寿、中国银行、兴业银行、青岛银行
- 阿里巴巴、京东、百度
- 海尔集团、海信集团、红星美凯龙、青啤集团、浪潮集团